

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT F1
(STUDI PADA DEALER NUSANTARA BARU MOTOR)**

**Nuraeni
8223128299**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

***BRAND IMAGE INFLUENCE PURCHASING DECISION
MOTORCYCLE HONDA BEAT F1
(STUDY AT NUSANTARA BARU MOTOR)***

**Nuraeni
8223128299**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**STUDI PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
DEPARTEMENT MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRAK

NURAENI. 2015. 8223128299. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat F1 (Studi Pada Dealer Honda Nusantara Baru Motor). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta

Karya Ilmiah ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui apakah brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat F1. Brand image sebagai independent variable (variabel bebas) dan keputusan pembelian sebagai dependent variable (variabel terikat). Dimensi dari brand image, yaitu atribut produk, manfaat bagi konsumen, dan kepribadian. Sedangkan pada keputusan pembelian yang dimensinya diukur dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian saat membeli suatu produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik inferensi dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan penyebaran kuesioner.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara brand image terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Beat F1.

Kata kunci: brand image, keputusan pembelian

ABSTRACT

NURAENI. 2015. 8223128299. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat F1 (Studi Pada Dealer Honda Nusantara Baru Motor). Study Program Of D-III Marketing Management. Fakulty Of Economic. State University Of Jakarta.

This paper was made in order to know whether brand image has influence on purchasing decisions Honda Beat F1 motorcycle at Nusantara Baru Motor. Brand image as independent variable and purchasing decisions as dependent variable. Brand image dimensions are product attributes, benefits for consumers, and personality. As for while purchasing decision dimensions are measured by the introduction of the problem, information search, evaluation of alternatives, purchasing decision and post-purchase behavior when buying a products. The method used in this paper is descriptive analysis and statical inference with data collection method are through library research and questionnaires.

The results shows brand image has influence on purchasing decision Honda Beat F1 motorcycle at Nusantara Baru Motor.

Keyword: brand image, purchasing decisions

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

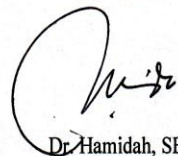
Tanggal

Agung Kresnamurti Rivai P., MM
NIP. 197404162006041001



Juni 2015

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Hamidah, SE., M.Si
NIP. 195603211986032001

Jakarta, Juni 2015

Ketua Program Studi



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985302002



10 Juli 2015

Penguji Ahli

Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP. 196301191992032001

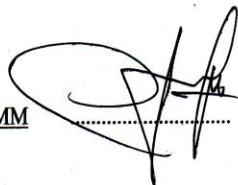


4 Juli 2015

Dosen Pembimbing

Agung Kresnamurti Rivai P., MM

NIP. 197404162006041001



8 Juli 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat F1 (Studi Pada Dealer Honda Nusantara Baru Motor)”

Penulis menyadari penyusunan karya ilmiah ini dapat selesai dengan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini khususnya kepada :

1. Agung Kresnamurti Rivai P.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran serta masukan dalam menyelesaikan Laporan Karya Ilmiah.
2. Drs. Dedi Purwana E.S.,M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.,Si selaku Kaprodi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua orang tua serta kakak yang selalu memberikan semangat.
6. Teman-teman mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran, yang telah memberikan semangat. Terimakasih atas doa,dukungan, dan bantuannya.
7. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Juni 2015

Penulis